

ambiente**cucina**

Home » News » Aziende » **Cracco è il nuovo testimonial di Scavolini**



## Cracco è il nuovo testimonial di Scavolini

Raffaella Razzano • 14 gennaio 2016

On air dal 14 gennaio, la nuova campagna televisiva di Scavolini vede protagonista uno degli chef italiani più noti in tutto il mondo. Nel 2016 gli investimenti in comunicazioni crescono del 25 cento



Con oltre 200 milioni di fatturato e un più 5% cento rispetto al 2014, **Scavolini** <http://www.ambientecucinaweb.it/nuove-aperture-scavolini-store/> chiude positivamente l'anno 2015, che ha visto crescere il brand sia sui mercati esteri, America e Europa in particolare, sia in Italia.

Forti dei risultati e nel rispetto di una strategia di comunicazione che da oltre 40 anni li vede protagonisti del settore, nel 2016 Scavolini parte alla grande con la nuova campagna televisiva che coinvolge lo chef **Carlo Cracco** come testimonial. Il piano di investimento, che prevede una pianificazione su tutte le principali emittenti è di circa il 25% superiore a quello dell'anno precedente. **Fabiana Scavolini** <http://www.ambientecucinaweb.it/scavolini-store-cresce-italia/>, di recente nominata amministratore delegato dell'azienda, nel presentare a Milano la nuova campagna alla stampa, e in streaming a tutti i punti vendita e agenti, ha ribadito l'importanza di questo nuovo step nella comunicazione del loro brand. Attività che è sempre stata fortemente innovativa, sin dal 1975 con le prime sponsorizzazioni sportive, per arrivare alle note campagne con Raffaella Carrà e Lorel,

la Cucccarini, e scandite anche da una presenza sul web fin dal 1996 e dall'attività sui social che li vede top design brand su Facebook secondo una ricerca di Pambianco. "Abbiamo scelto Carlo Cracco perché interprete dei migliori valori made in Italy che condivide al 100 per cento con la nostra azienda. Siamo molto soddisfatti del risultato, convinti che rafforzerà ulteriormente il nostro marchio e contribuirà a incrementare il traffico nei punti vendita, nostri primi importantissimi alleati nel sostenere la nuova architettura della marca. Dal 1984 siamo i leader del settore e anche oggi vogliamo essere protagonisti della ripresa economica italiana".

Anche per **Vittorio Renzi** <<http://www.ambientecucinaweb.it/scavolini-uk-filiale-inglese-scavolini/>>, direttore generale Scavolini, la campagna aiuterà a "Cogliere un buon treno utilizzando una campagna in cui si esprime tutto il mondo Scavolini, che oggi comprende anche il bagno e il living, settori che hanno richiesto ampi investimenti produttivi e stanno avendo ottimi risultati in Italia e nel mondo".



<[http://www.ambientecucinaweb.it/wp-content/uploads/sites/23/2016/01/Scavolini\\_Campagna2016\\_04.jpg](http://www.ambientecucinaweb.it/wp-content/uploads/sites/23/2016/01/Scavolini_Campagna2016_04.jpg)>

Carlo Cracco nella prima sequenza del nuovo spot Scavolini di cui è il testimonial

lo" nell'intimità della propria casa dove lo sfondo scenografico sono gli ambienti realizzati con le soluzioni Scavolini. "Abbiamo voluto creare un corto circuito narrativo all'interno dello spot facendo incontrare in bagno i due protagonisti indiscussi della cucina italiana", spiega **Marco Pareschi**, fondatore dell'agenzia **Komma** che da sempre segue la comunicazione del brand e che ha progettato anche i nuovi spot. "Un elemento di rottura che racconta il personaggio in modo più intimo, attraverso un percorso nel suo mondo familiare, in uno spazio che si dilata nella zona living per arrivare alla cucina. Il modo migliore affinché Carlo Cracco non sia solo veicolo di notorietà ma testimone di valori con cui identificarsi. La marca volutamente fa parte della scenografia di sottofondo che appartiene al suo mondo affettivo".



[http://www.ambientecucinaweb.it/wp-content/uploads/sites/23/2016/01/Scavolini\\_Campagna2016\\_03.jpg](http://www.ambientecucinaweb.it/wp-content/uploads/sites/23/2016/01/Scavolini_Campagna2016_03.jpg)

Carlo Cracco colto in un momento di intimità familiare nel nuovo spot televisivo di Scavolini

Anche il secondo spot, che andrà in onda nel secondo semestre, vede lo chef Cracco, al termine di una giornata di lavoro, che rientra a casa e abbandona ancora una volta la sua veste "pubblica" e tornando ad essere "semplicemente Carlo", all'interno dell'abitazione, dove ritrova la sfera più intima, tra i profumi, gli oggetti e gli affetti familiari.



[http://www.ambientecucinaweb.it/wp-content/uploads/sites/23/2016/01/Scavolini\\_Campagna2016\\_02.jpg](http://www.ambientecucinaweb.it/wp-content/uploads/sites/23/2016/01/Scavolini_Campagna2016_02.jpg)

Il nuovo spot Scavolini ha come testimonial Carlo Cracco, ambasciatore del gusto e della cucina italiana nel mondo come il brand dell'azienda leader del settore

Nel commentare il nuovo spot, Marco Pareschi ribadisce come questa sia una campagna nel segno della continuità "Da decenni portiamo avanti il concetto della cucina come luogo dell'intimità familiare e questa volta abbiamo voluto farlo attraverso un testimonial maschile molto noto al pubblico, in un momento in cui l'attenzione al cibo è diffusa anche nella quotidianità".

La campagna televisiva è stata realizzata con la regia di **Fabrizio Mari** e **Mercurio Cinematografica** come casa di produzione. Pianificazione tv e radio sono a cura di **FC Media Services**. La campagna televisiva, on air sino a marzo per quanto concerne il primo flight, mentre il secondo andrà in onda nel secondo semestre, sarà veicolata attraverso i più grandi network nazionali, con oltre 8000 spot in onda sulle reti Mediaset, Rai, Sky, Discovery e La7.

Gli spot saranno inoltre trasmessi anche al cinema. La campagna verrà infine declinata su carta stampata, affissioni e web.